



Central: „Es gibt für die PKV auch eine Zeit nach 2009“

Interview mit **Manfred Wittkamp**, Vertriebsdirektor Makler der Central Krankenversicherung AG

AssCompact: Herr Wittkamp, das Neugeschäft der Central in 2007 lag auf Vorjahresniveau. Ist das heutzutage schon ein Grund zum Jubeln?

Manfred Wittkamp: Das kann man sicherlich sagen: Während die Branche im letzten Jahr einen Rückgang von über 6% hinnehmen musste, sank der Zugang zur Einzelversicherung in der Central um lediglich 0,6%. Und im Maklervertrieb haben wir unsere Vertriebsstärke einmal mehr unter Beweis gestellt: Hier konnten wir das polizierte Neugeschäft gegenüber 2006 nochmals um 10% steigern. Und im ersten Quartal 2008 macht sich sogar noch einmal eine deutliche Steigerung des Zuwachses bemerkbar.

AC Wie sah das Verhältnis Vollversicherung und Zusatzversicherung im Jahr 2007 aus?

MW Wir haben insgesamt zirka 85% des eingelösten Neugeschäfts in der Vollversicherung generiert. Und im Maklergeschäft sind es sogar zirka 97%. Die Zusatzversicherung ist im Maklermarkt aktuell zur Zeit noch nicht so stark, aufgrund der Gesundheitsreform konzentriert sich der Makler vor allem noch auf die Vollversicherung.

AC Sie haben in den vergangenen Jahren von einer Makler- und Produktoffensive der Central gesprochen und in den Aufbau der Marke Central investiert, beispielsweise durch Fernsehwerbung. Haben sich die Investitionen schon ausgezahlt?

MW Wir sehen, dass die Investitionen ihre Wirkung erzielen. Ein Fazit hinsichtlich der Fernsehwerbung zu ziehen, ist allerdings noch verfrüht. Ausgezahlt hat

sich, was wir in den vergangenen drei Jahren im Hinblick auf die Makler- und Produktoffensive getan haben. Wir beziehen seitdem die Makler in die Gestaltung von Produkten und Arbeitsabläufen ein und können feststellen, dass wir mit unseren Produkten im Markt sehr, sehr gut platziert sind. Wir können weiterhin feststellen, dass unsere Betreuung von den Maklern wahr- und angenommen wird. In unseren Maklerbefragungen bekommen wir für unser Betreuungssystem vor Ort immer Höchstwertungen. Und unsere Prozesse und Abläufe haben wir mit Gründung unseres VertriebsServices im vergangenen Jahr deutlich verbessert. Eine Folge ist, dass bestehende Verbindungen nun deutlich produktiver mit uns zusammenarbeiten als zuvor.

AC Beitragsstabilität ist ein wichtiges Entscheidungskriterien für Makler bei der Auswahl der Produkte. Wie sieht die Entwicklung bei Ihnen aus?

MW Wir haben – wie meiner Meinung nach die meisten Krankenversicherer – Tarife mit einer sehr guten Beitragsentwicklung. Natürlich haben auch wir Beitragsanpassungen, aber die spielen sich im Bereich der medizinischen Inflation ab. Ich will nicht verheimlichen, dass es auch bei der Central Tarife gab, bei denen die Beitragsentwicklung eben oberhalb der medizinischen Inflation lag. Aber mit Einführung unseres aktuariellen Risikoprüfungstool, AktuarMed®, im April vergangenen Jahres und verschiedenen beitragsstabilisierenden Maßnahmen im Leistungsmanagement sind wir dabei, die Beitragsentwicklung positiv zu beeinflussen. Zudem haben wir die Regelungen bei unserer Beitragsrückerstattung geändert. Diese haben wir erhöht und vermeiden damit, dass Kunden alle Rechnun-



gen einreichen. Das bedeutet weniger Geschäftsvorfälle und damit natürlich auch weniger Kosten.

AC *Im AMB Generali Konzern ist vieles im Fluss. Wird es die Central langfristig geben?*

MW Die Central startete im September 2007 eine Werbekampagne, zunächst mit einem Werbespot im Fernsehen, später auch mit einer Print-Kampagne, mit dem Ziel, unsere Markenbekanntheit zu erhöhen und das Unternehmen Central klar am Markt zu positionieren. Es gibt ein klares Commitment: Wir sind, was das Thema Maklerbetreuung im Generali Konzern betrifft, das KV-Kompetenzcenter. Und wir wollen uns mit unserem Markennamen im Markt bewegen, auch darüber sind wir mit der Holding einig. Für uns zum Vorteil gereicht natürlich auch die Finanzstärke des Konzerns. Der hat vor kurzem zum dritten Mal hintereinander ein AA von Standard & Poor's bekommen.

AC *Wie sieht Ihre Strategie für den Wechselzeitraum im ersten Halbjahr 2009 aus?*

MW Wir wollen ganz eindeutig zu den Gewinnern der Gesundheitsreform zählen. Die Einführung unseres Optionstarifs central.flex untermauert dies. Damit sichern wir Kunden den heutigen Gesundheitszustand ab und der Makler hat heute schon die Möglichkeit, mit diesem Tarif Kunden an sich zu binden und dann 2010 zur Central zu bringen. Das heißt, wir bewegen uns noch in der „alten PKV-Welt“, blicken aber schon weit voraus. Ansonsten legen wir im Haus die gesetzlichen Regelungen für 2009 projektmäßig auf. Dazu zählt unter anderem auch die Frage der Flexibilität in den Vergütungssystemen und vieles mehr. Im September werden wir fünf Central-Maklerforen durchführen. Wir gehen davon aus, dass wir bis dorthin eine klare Entscheidungslage haben, was den Basistarif angeht und erfahrungsgemäß beginnt dann für den PKV-Wechsel das Jahresendgeschäft.

AC *Was erwarten Sie vom Makler in Sachen Basistarif im Allgemeinen?*

MW Basistarif, Beratung und Haftung – das gehört an dieser Stelle zusammen. Und ich bin mir sicher, dass der Kunde im Beratungsgespräch erkennen wird, dass er mit dem Basistarif letztendlich einen Versicherungsschutz auf Niveau der GKV hat. Der Makler hat nach dem Bedarf des Kunden zu beraten und ob dieser vom Basistarif gedeckt werden kann, wage ich zu bezweifeln. Und aus Vertriebsicht stellt sich natürlich die Frage, in welcher Form denn ein Basistarif überhaupt zu einer Vergütung führt. Wie Sie wissen, ist es für die Unternehmen schwer, hier auch noch eine Vergütung einzurechnen.

AC *Sie positionieren sich am Markt als Gesundheitspezialist. Andere Gesellschaften haben ähnliche Bestrebungen. Wie kann man sich hier noch absetzen?*

MW Ich denke, mit unserem Motto „Gesundheit bewegt“ besetzen wir ein Feld, das die anderen so nicht besetzen. Ich betrachte unsere Positionierung als einmalig. Wir bewegen uns immer mehr weg vom Verwalter hin zum Gestalter und werden das ausbauen. Ein Beispiel: Wir haben im Haus ein eigenes Ressort, das den Namen „Service“ trägt. Es umfasst den Kundenservice, den Vermittlerservice und den Leistungsservice. Innerhalb des Leistungsservice haben wir die Themen Leistungsmanagement und Gesundheitsmanagement implementiert. So gibt es Mitarbeitergruppen, die wirklich nichts anderes mehr tun, als nur diese Themen zu bearbeiten.

AC *Sie haben also Ihre Vorbereitungen für 2009 getroffen?*

MW Ja. Wir sind gut aufgestellt, was die Tarifwelt betrifft und unsere Positionierung als Gesundheitsspezialist wird immer deutlicher. Unsere Ziele lauten: Neukundengewinnung und Kundenbindung. Wir wollen am Neugeschäft einen hohen Anteil für die Central realisieren und auf der anderen Seite Abgänge minimieren. Das zweite Thema praktizieren wir verstärkt seit gut einem Jahr. Wir reagieren nicht mehr nur auf Kündigungen, sondern gehen aktiv auf unsere Kunden zu und führen Zufriedenheitstelefonate durch. Natürlich werden wir 2009 ein sehr turbulentes Jahr erleben. Aber aus unserer Sicht kann es auch ein Jahr mit Zugängen sein. Bei den Unternehmen wird sich die Spreu vom Weizen trennen. Und deswegen auch die Aussage: Wir werden zu den Gewinnern der Gesundheitsreform gehören.

AC *Wie sehen Ihre Ziele im Maklergeschäft aus?*

MW Unsere Zielsetzung ist es im Grunde, dem Maklermarkt die bestmögliche Unterstützung zukommen zu lassen. Und wir gehen davon aus, dass wir 2008 das Neugeschäft noch steigern können. Ein hervorragendes erstes Quartal spricht dafür. Und ganz klar: Wir wollen 2009 das Neugeschäft gegenüber 2008 dann nochmals steigern.

AC *Was rufen Sie dem Makler zu, der fragt: „Bin ich im nächsten oder übernächsten Jahr überhaupt noch PKV-Makler?“*

MW Ich rufe ihm zu: „Du bist nicht nur im nächsten und im übernächsten Jahr PKV-Makler: Lege Dein Geschäftsmodell und Deine Strategie darauf an, ein PKV-Spezialist zu sein. Und genau so solltest Du Deine Kunden akquirieren.“ Die PKV wird aus unserer Sicht immer ein Thema sein, wenn es um die private Absicherung eines Kunden geht. Es gibt auch eine Zeit nach 2009, in der die PKV eine große Rolle spielen wird. Die Central wird selbstverständlich dabei sein.

AC *Herr Wittkamp, vielen Dank für das Gespräch. ■*